

IV. Перевод и переводоведение

О. В. Обвинцева,
Уральский федеральный университет,
г. Екатеринбург, Россия

Средства эмоционального воздействия в предвыборном дискурсе (на материале предвыборного выступления первой леди США М. Обамы)

Предвыборный дискурс – это вид политического дискурса, обладающий собственной спецификой [1].

В последние годы предвыборный дискурс активно изучается, исследованию его различных жанров посвящено большое количество работ. По общему мнению исследователей предвыборный дискурс это сложное коммуникативное образование, которое отличается особым набором разноплановых признаков и большим жанровым разнообразием.

А. П. Чудинов трактует жанр как «средство индивидуализации текста, его соотнесения с условиями речевой деятельности» [6, с. 38]. Он выделяет следующие факторы различения жанров политического дискурса: 1) функциональная составляющая; 2) объем высказывания; 3) цели высказывания в политической коммуникации. А. П. Чудинов рассматривает, соответственно, следующие жанры политического дискурса: 1) ритуальные, ориентационные, агональные и информативные жанры; 2) малые (лозунг, слоган, речевка), средние (выступление на митинге или в парламенте, листовка, газетная статья и др.) и крупные (партийная программа, политический доклад, книга политической публицистики и др.) жанры; 3) информативные, оценочные и императивные жанры [6].

Р. Водак выделяет политические жанры, относящиеся к сферам действия (*fields of action*) и к сфере контроля (*field of control*). По ее классификации, жанры предвыборного дискурса оказываются включенными в подструктуры сферы действия, обозначенные автором как «формирование общественного мнения и самопрезентация политика» (пресс-релиз, пресс-конференция, интервью, ток-шоу, лекции и участие в конференциях, статьи и т. д.) и «политическая реклама, маркетинг и пропаганда» (предвыборная

программа партии, лозунги, предвыборные выступления, листовки, почтовая рассылка, объявления, плакаты и др.) [8].

А. Б. Халатян, в своем анализе жанровой реализации российского и американского предвыборного дискурса утверждает, что жанры предвыборного дискурса имеют «институционализированный, ритуализированный характер, имеют фиксированный состав участников, вступающих в законодательно регулируемые субъектно-адресатные отношения, актуализируются в типическом речевом поведении политиков – кандидатов на пост президента страны и направлены на достижение ключевой цели предвыборного дискурса – получение электорального преимущества, способствующего одержанию победы в борьбе за власть» [5]. А. Б. Халатян дополняет существующие перечни предвыборных жанров следующими сложными жанровыми формами: комментарий текущих событий, телевизионные ролики-презентации партии и политиков, теледебаты, митинг, партийный форум, встреча с избирателями, интернет-дневник, интернет-пресс-конференция [5].

Предвыборная речь кандидата в президенты всегда является заметным событием предвыборной компании и активно обсуждается журналистами, политиками, политическими аналитиками и обычными потенциальными избирателями как в официальных СМИ, так и в неофициальном интернет-пространстве.

Опросы американцев, проводимые в период президентских выборов, показывают, что, выбирая главу страны, они, прежде всего, обращают внимание на его позиции по вопросам экономики, политики и прочее. Однако опросы, проводимые после выборов, демонстрируют удивительную закономерность – 5–7 % избирателей делают свой выбор, основываясь на симпатии или антипатии к потенциальной первой леди [2].

Еще Элеонора Рузвельт начала использовать положение первой леди для активной пропаганды идей Движения за гражданские права и реформ своего мужа, президента США Франклина Рузвельта. В 1932 году Элеонора готовила его предвыборные речи, после – принимала участие во всех общественно-политических мероприятиях, давала ежедневные пресс-конференции и выступала с правительственными обращениями.

После Элеоноры все первые леди активно участвовали в общественной деятельности, приобретали влияние и оказывали серьезное воздействие на политику США. Все действующие и

потенциальные первые леди с той или иной степенью активности участвовали в президентских предвыборных кампаниях, выступая с речами в поддержку своих мужей – кандидатов в президенты.

В сентябре 2012 года речь первой леди Мишель Обамы стала кульминацией открытия предвыборного съезда Демократической партии, проходившего в городе Шарлот (штат Северная Каролина). В своем предвыборном выступлении она призвала избирателей переизбрать ее мужа, президента США Барака Обаму на второй срок.

Мировые СМИ и непосредственные свидетели этого события, отмечают особую эмоциональность речи Мишель Обамы.

«First lady Michelle Obama lovingly praised her husband Tuesday night in a prime-time Democratic Convention speech as a devoted husband and caring father at home and a "man we can trust" (CNN).

«Первая леди США Мишель Обама выступила на общенациональном съезде Демократической партии с эмоциональной речью, призванной убедить избирателей переизбрать президента на второй срок как "человека, которому можно доверять"». (BBC)

«Мишель Обама заставила Барака плакать» (Новостной интернет портал News);

«...ее трогательная речь удивила даже сторонников» (Обозреватель).

«Демократов тронули слова Мишель Обамы» (Вести ФМ).

Любая ораторская речь представляет собой своеобразный вид эмоционально-интеллектуального творчества, воплощаемого посредством живого слова: она одновременно воздействует и на сознание, и на чувства человека. Считается, что эмоциональность – естественное и вместе с тем необходимое качество публичной речи, которое помогает воспринять и усвоить ее содержание [4].

Текст предвыборного выступления отличается особым набором языковых средств и стилистических приемов на разных уровнях языка, которые создают риторические структуры, оказывающие эмоциональное воздействие на избирателей.

В предвыборном выступлении Мишель Обамы эмоциональное воздействие на аудиторию находит выражение в специфических топосах.

Топос в традиционной логике и классической риторике – это аргумент, общезначимое утверждение или тема. Несмотря на то, что первые высказывания по сути категории топоса появились еще в

античности, вопрос о содержании топоса и возможности его применения до сих пор остается не до конца решенным.

На современном этапе важность и эффективность топосов для создания текста признается большинством исследователей. По существу топосы представляют собой структурно-смысловые модели, на основании которых создается высказывание, их универсальность позволяет применять их при создании высказывания в любом стиле и жанре в качестве опорного материала, каркаса для будущего текста, источника распространения замысла [1].

«Топосы политического дискурса обеспечивают приемлемость и уместность для публики тех или иных реалий, событий, персон; они с определенной достоверностью позволяют опознавать агентов дискурса» [7].

В предвыборной речи Мишель Обамы были выделены следующие топосы:

- топос американской мечты;
- топос величия и единства нации;
- топос достойного лидера;
- топос семьи;
- топос работы;
- топос достижений в период первого президентского срока.

Наиболее сильное эмоциональное воздействие в речи Мишель Обамы оказывается через топос американской мечты (the American Dream), когда декларируемые законом и защищаемые президентом равные возможности для всех граждан обязательно приведут к успеху каждого отдельного человека.

В выступлении это выражено как эксплицитно: «*Barack knows the American Dream because he's lived it...and he wants everyone in this country to have that same opportunity, no matter who we are, or where we're from, or what we look like, or who we love.*

...and if proud Americans can be who they are and boldly stand at the altar with who they love then surely, surely we can give everyone in this country a fair chance at that great American Dream», так и имплицитно, через ряд трогательных и эмоциональных примеров трудной небогатой (как и у многих обычных американцев) жизни Барака Обамы в детстве и юности, что, тем не менее, не помешало ему стать президентом в будущем: «*You see, even though back then Barack was a Senator and a presidential candidate...to me, he was still the guy who'd picked me up for our dates in a car that was so rusted out,*

I could actually see the pavement going by through a hole in the passenger side door...he was the guy whose proudest possession was a coffee table he'd found in a dumpster, and whose only pair of decent shoes was half a size too small».

Эмоционально связан с предыдущим и топос работы. В нем с помощью приведенных примеров тяжелого труда предыдущих поколений и кропотливого труда сегодняшних обычных американцев убедительно показано, что честная, каждодневная работа каждого обязательно приведет к реализации Американской мечты: *«They simply believed in that fundamental American promise that, even if you don't start out with much, if you work hard and do what you're supposed to do, then you should be able to build a decent life for yourself and an even better life for your kids and grandkids».*

Еще одним средством эмоционального воздействия на аудиторию является использование традиционного для предвыборных речей топоса величия и единства нации. Он включает перечисление наиболее значимых достижений страны, с целью вызвать высокоэмоциональное чувство справедливой гордости избирателей: *«And if our parents and grandparents could toil and struggle for us...if they could raise beams of steel to the sky, send a man to the moon, and connect the world with the touch of a button then surely we can keep on sacrificing and building for our own kids and grandkids».*

Особые эмоции передает подтема единства американской нации: *«So today, when the challenges we face start to seem overwhelming – or even impossible – let us never forget that doing the impossible is the history of this nation...it's who we are as Americans...it's how this country was built».*

Эмоциональное воздействие в топосе достойного лидера осуществляется в нескольких подтемах: 1) президент – достойный человек, 2) президент – эффективный менеджер. Причем на первый план выдвинуты как раз личные качества Барака Обамы, которые преподнесены аудитории не только от лица первой леди, но и от лица искренне и горячо любящей жены: *«Well, today, after so many struggles and triumphs and moments that have tested my husband in ways I never could have imagined, I have seen firsthand that being president doesn't change who you are – it reveals who you are.*

I can honestly say that when it comes to his character, and his convictions, and his heart, Barack Obama is still the same man I fell in love with all those years ago».

Качества президента – эффективного менеджера и экономические достижения его первого президентского срока преподнесены очень камерно, как лично прочувствованные и пережитые оратором. Все достижения – это результат служения президента Обамы простым людям, главная цель экономических преобразований – решение проблем каждого отдельного американца.

«...for Barack, success isn't about how much money you make, it's about the difference you make in people's lives.

So when it comes to rebuilding our economy, Barack is thinking about folks like my dad and like his grandmother.

He did it because he believes that here in America, our grandparents should be able to afford their medicine...our kids should be able to see a doctor when they're sick...and no one in this country should ever go broke because of an accident or illness.

For Barack, these issues aren't political – they're personal. Because Barack knows what it means when a family struggles».

Значительное эмоциональное воздействие в речи М. Обамы осуществляется через топос семьи:

«And I say all of this tonight not just as First Lady...and not just as a wife.

You see, at the end of the day, my most important title is still “mom-in-chief.”

Топос семьи насыщен трогательными подробностями семейной жизни президента, создающими его образ любящего мужа и отца:

He's the same man who, when our girls were first born, would anxiously check their cribs every few minutes to ensure they were still breathing, proudly showing them off to everyone we knew.

That's the man who sits down with me and our girls for dinner nearly every night, patiently answering their questions about issues in the news, and strategizing about middle school friendships.

Эмоциональное воздействие здесь усилено параллельными конструкциями и многократно повторяющимся в тексте речи словом love:

I loved the life we had built for our girls...I deeply loved the man I had built that life with...and I didn't want that to change if he became President.

I loved Barack just the way he was.

today, I love my husband even more than I did four years ago...even more than I did 23 years ago, when we first met.

I love that he's never forgotten how he started. I love that we can trust Barack to do what he says he's going to do, even when it's hard – especially when it's hard.

I love that for Barack, there is no such thing as “us” and “them” he knows that we all love our country.

Кроме выявленных топосов, высокий градус эмоциональной насыщенности предвыборного выступления Мишель Обамы создается обилием самых разных стилистических приемов (например, синтаксический прием параллельных конструкций и анафоры, приведенный выше), концентрацией эмоционально-окрашенных лексем.

Приведем только некоторые примеры эмоциональной лексики:

*I have seen it in the incredible kindness and warmth;
the people I meet inspire me...every day, they make me proud...every day they remind me how blessed we are to live in the greatest nation on earth;*

*Serving as your First Lady is an honor and a privilege;
their unconditional love, their unflinching sacrifice;
Thank you, God bless you, and God bless America.*

Таким образом, анализ средств эмоционального воздействия, использованных в предвыборной речи первой леди Мишель Обамы, показал, что высокая степень эмоциональности в речи достигается за счет использования тщательно подобранных топосов и их наполненностью трогательными подробностями небогатого детства, личной, семейной жизни президента, его достойного служения на главном государственном посту. Эти примеры, поданные от лица первой леди, жены, матери, а также использованные стилистические приемы повтора, насыщенность текста эмоционально-окрашенной лексикой создают высокий эмоциональный фон предвыборной речи.

Литература:

1. Ассуирова Л. В. Топосы как риторические категории и структурно-смысловые модели порождения высказывания: дисс. ...докт. пед. наук. Москва, 2003.
2. Войкова Н. Первая леди: перезагрузка 17.10.2012: <http://www.terra-america.ru>.
3. Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: на материале английского языка: дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003.

4. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. М.: Ось-89, 2002. 320 с.
5. Халатян А. Б. Жанровая организация предвыборного дискурса Политическая лингвистика 2(36)'2011.
6. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: монография. М.: Флинта-Наука, 2007. Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2001.
7. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса Жанры речи – 3. Саратов, 2002. С.205-214.
8. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis: a cross-disciplinary inquiry // Pragmatics & Cognition. John Benjamin's Publishing Company, 2007. № 15 (1). P. 203–225.
9. Full text of First Lady Michelle Obama's remarks to the Democratic National Convention on Sept. 4 in Charlotte.
<http://www.washingtonpost.com/blogs/election-2012/wp/2012/09/04/dnc-2012-michelle-obamas-speech-at-the-democratic-national-convention-full-text>.

Г. Д. Воскобойник, Е. А. Вебер,
Иркутский государственный лингвистический университет,
г. Иркутск, Россия

Статья подготовлена к печати при поддержке РГНФ
(грант № 12-04-00055)

Когнитивный диссонанс в переводческом дискурсе

Критическое переосмысление семиотического подхода к переводу с очевидностью полагает, что в ситуациях межъязыкового перевода все стратегии осуществляются в когнитивном информационном поле, внешние пределы которого очерчены максимальным контекстом ситуации, а конкретные переводческие решения зависят от способности переводчика использовать соответствующий потенциал поля. Объективные обстоятельства, препятствующие встрече знака-интерпретанта ПЯ с объектом ИЯ, отмечены в сознательной работе с текстами «разрывами», которые уже были определены как когнитивный диссонанс (далее КД).

Это понятие обладает основными признаками, необходимыми для работы с конкретными переводческими дискурсами, попадающими, как было показано ранее, в разряд персональных